

大众理财 顾问丛书
POPULAR FINANCING



理财

献给都市女性的投资理财经典

● 彭振武 著

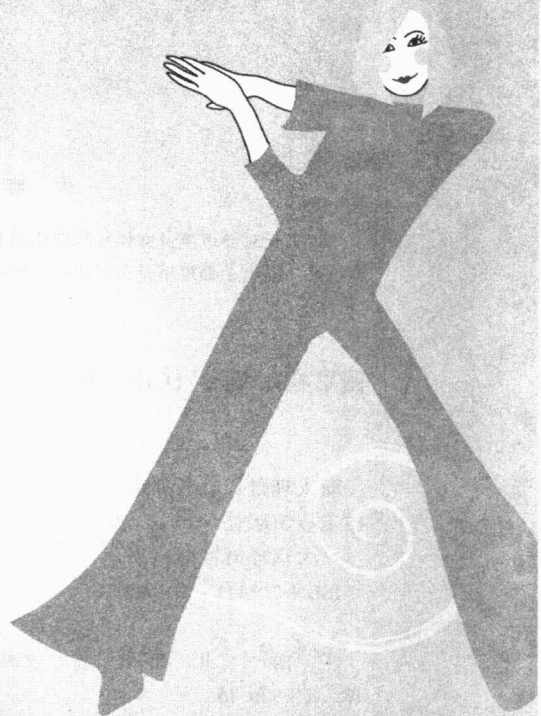


机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



大众理财顾问丛书

POPULAR FINANCING



丽人理财

献给都市女性的投资理财经典

○彭振武 著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

内 容 简 介

本书针对都市单身女性独特的生活理念、生活方式、财富的创造、消费、投资特征，提出了都市单身女性成功理财的充分必要条件、主攻方向以及基本技巧。

图书在版编目 (CIP) 数据

丽人理财：献给都市单身女性的投资理财经典/彭振武著. —北京：机械工业出版社，2006. 10

(大众理财顾问丛书)

ISBN 7-111-19960-X

I. 丽… II. 彭… III. 女性—财务管理—基本知识
IV. TS 976. 15

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 113930 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑：石冠兰 版式设计：霍永明

封面设计：鞠 杨 责任印制：王书来

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2006 年 10 月第 1 版 第 1 次印刷

148×210·5. 875 印张·134 千字

0001—5000 册

定价：16. 80 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

本社购书热线电话 (010) 68326294

编辑热线电话 (010) 88379131

封面无防伪标均为盗版



前 言

最近这些年，我致力于私人资本投资理财的研究。关注和研究都市单身女性这个群体，还是近两年的事情。既然是研究，那么不仅要讨论和分析私人资本投资理财中带规律性和共性的东西，也需对不同生存背景的社会群体进行个性化的讨论和分析。

中国的都市单身女性群体形成于 20 世纪 90 年代中后期。年轻、知性、时尚、独立是这个群体的鲜明特征。她们多数拥有一份好职业，赚钱能力强，生活理念新，消费层次高，是时尚生活的创造者和追捧者。追求和创造生活之美，拥抱和享受生活之美，正是她们拼命工作、努力赚钱的动力源泉。于是，一些都市单身丽人通过知本的付出，住进了洋楼别墅，开上了私家轿车，过上了精致而时尚的“小资”生活。然而，也有不少都市单身丽人，赚得多，花得更多，有的还成为了前半月吃光用光、后半月闹饥荒的“月光族”。

根据都市单身女性的生存背景和投资理财的比较优势，我撰写了这部新著，旨在为都市单身女性打理好自己的私人财务，以期达成“今天我富有，明天我将更加富有”的目标。

在这里，我要衷心感谢为本书的出版付出辛勤劳动的机械工业出版社和《大众理财顾问》杂志社的各位老师，以及那些为本书的撰写提供帮助的都市单身丽人们。

作 者

2006 年 8 月 6 日



目 录

前 言	(III)
第 1 章 变化中的新女性	(1)
1. 1 现象：结婚不再是女人必需的人生经历	(2)
1. 2 根源：女性变了	(7)
1. 3 多数人走进婚姻的殿堂，少数人冲出 婚姻的围城	(24)
第 2 章 都市单身女性的收入、消费和投资特点	(40)
2. 1 以知本获取高企收入的新型女性	(40)
2. 2 尽情享受生活、珍爱生命的新潮贵族	(44)
2. 3 不同的人生经历决定着都市单身女性 的投资取向	(49)
第 3 章 都市单身女性理财的比较优势和方略	(55)
3. 1 都市单身女性在投资理财中的比较优势	(55)
3. 2 都市单身女性的投资理财方略	(64)
第 4 章 都市单身女性成功理财的充分必要条件	(72)
4. 1 积攒一些闲钱	(72)
4. 2 学习和掌握投资的基本知识	(91)
4. 3 积累一些投资的经验	(115)
第 5 章 都市单身女性投资理财的主攻方向	(121)
5. 1 股票投资的主攻方向	(123)
5. 2 基金投资的主攻方向	(131)



5.3	外汇投资的主攻方向	(133)
5.4	黄金市场的把握	(140)
5.5	金银纪念币投资的主攻方向	(143)
5.6	普通纪念币投资的主攻方向	(150)
5.7	邮票投资的主攻方向	(154)
5.8	字画投资的主攻方向	(158)
第6章	都市单身女性投资理财应掌握的基本技巧	(163)
6.1	做战略性投资者	(163)
6.2	把握市场规律，顺势而为	(168)
6.3	时变势变，顺势而动	(175)



第1章 变化中的新女性

《圣经》上说，在宇宙天地尚未形成之前，黑暗笼罩着无边无际的空虚混沌，上帝那孕育着生命的灵气运行其中，投入其中，施造化之工，展成就之初，使世界确立，使万物齐备。

上帝用七天创造了天地万物。这创造的奇妙与神秘非笔墨所能写尽，非言语所能话透。

上帝看到万物并作，生灭有继，就照着自己的形象创造了男人亚当。上帝觉得让亚当独居不好，决定要为亚当创造一个配偶帮助他。于是，上帝耶和华就用男人身上所取的肋骨造就了一个女人，这个女人叫夏娃。上帝本意让人成为万物之灵，就赐福给他们，对他们说：“要生养众多，遍满地面，治理地上的一切，也要管理海里的鱼、空中的鸟和地上各样活物。”按《圣经》的说法，人类是这个世界的管理者和支配者。

当然，这种关于人类的起源说，只是一种教义的而非科学的阐释。但是，这种人类起源说，是人类生活在一定生产力和科学技术水平下的映象，是一定时期人们对物质世界的认识，它同中国古代神话中的女娲造人的传说如出一辙。

然而，当人类社会进入 21 世纪的今天，这种神话已被打破，这种坚冰已在消融。一大批年轻、知性的女性，以她们的知本、才华、品貌和比男性更为优秀的业绩，已经和正在改变传统社会对女性的偏见。她们中的不少人通过打拼，正以巾帼



不让须眉的态势，傲视曾经称雄世界的男人。在她们看来，“男尊女卑”这种陈旧的观念只配放到历史博物馆中，供男人们缅怀辉煌的历史，供女子们憧憬更加美好的未来。“干得好，不如嫁得好”的新潮理念，在更时尚的理念冲撞下，来也匆匆，去也匆匆，受到了严峻的挑战。

这一切反映到社会生活中，就是“男大当婚，女大当嫁”这个从母系社会解体之后千古不变的定律，已被越来越多年轻、知性的女性改写。对于她们而言，婚姻已不再是生命历程中的必然选择，也不再是幸福生活必备的内容。她们正以自己的年轻、知性、品貌、实力和对独立、自由始终充满青春活力的追求，成为社会中引人注目的一族——女性单身贵族。

1.1 现象：结婚不再是女人必需的人生经历

在当今世界，不管我们承认与否，都市中成年的女性单身贵族群体正呈扩大趋势。并且，这种客观存在逐渐影响着整个人类的政治生活、经济生活、文化生活、家庭生活以及人们的人生观、价值观。



不断扩大的女性单身贵族群体

据美国人口普查局 2003 年的统计，美国单身人口约占总人口的 26%，事实上在美国有一半家庭的成年人是单身。另据美国劳工统计局的报告显示，在全美有 42% 的劳动力是单身，有半数的婚姻最终破灭。

韩国保健福利部 2003 年公布的一项调查显示，韩国每年的离婚人数已占到 47.4%，每年如果有 10 对新人结婚，同时也会有 5 对夫妻离婚。这一比例高于离婚相对自由的挪威、英国、加拿大等国，比美国稍低。据韩国统计厅的婚姻状况调查



结果显示，韩国 2002 年申请结婚 30.6 万对，平均每天 840 对，与 2001 年相比结婚人数减少了 1.3 万对。韩国 2002 年共有 14.5 万对夫妻离婚，平均每天 398 对，与 2001 年相比，离婚的增加了 1 万对。

在瑞士 430 万个家庭中，有近 200 万个家庭由单身一人独立支撑。在过去的 30 年中，瑞士女性在 20~24 岁结婚的比例从年均 23% 降至 3%。目前，瑞士独身的女性在 100 万左右。

据中国台湾有关部门的统计资料显示，1991~2002 年，15 岁以上的台湾女性人数增加了 140 多万，其中已婚有配偶的女性只增加了 9%，而未婚、离婚或丧偶的单身女性则增加了 36%，而同期男性单身人数只增加了 19%。

天津社科院的一项调查资料显示，在天津市近 50 万未婚成年人中，女性占了 60% 以上。上海市 2002 年的一份调查显示，上海市当年申请结婚登记的人数为 10 万余人，较 2001 年减少了 3 万余人，并有 1/3 左右的白领丽人明确表示，不考虑结婚问题。

从上面的统计资料来看，在经济发达或较发达的国家和地区，以女性为主体的单身族队伍正在不断壮大，并且随着这一群体人数的不断增加，她们的巨大影响将逐渐促成社会观念发生变化，改变人们对单身族的偏见，进而在政治领域发挥更大的影响作用。据美国人口普查局 2003 年 9 月的报告显示，美国众议院有 132 名议员来自单身家庭居多的选区，单身族占了美国全体选民的 35%。据此有人说，在美国玩政治要争取单身族，做生意得研究单身族。



单身商品和服务走俏市场

欧洲著名的咨询机构“数据监控者”（data monitor）在 2004 年初发布的一项市场调查报告显示，目前，在欧洲消费



者中有 1/3 的人选择单身生活方式，他们的消费能力高达 1400 ~ 1500 亿欧元。根据“数据监控者”的预测，在欧洲各国中，瑞典、荷兰、英国将是增长最快的单身食品市场。从现在到 2007 年，欧洲单身族对单身食品的年均消费增幅将达 4%。到 2007 年，这一市场的规模可达 1900 亿欧元，市场前景十分诱人。为了迎合单身族对食品的快捷、方便、味美、营养、环保等要求，欧洲的食品生产厂家陆续推出了一些新的保健食品和绿色食品。一些厂家用植物脂肪代替动物脂肪，开发出了黄豆和鸡蛋制成的无肉肉馅，用黄豆制成的无肉牛排，用植物脂肪代替鸡蛋制成的无鸡蛋蛋饼和无鸡蛋沙拉酱等。不加任何防腐剂的罐装食品和半成品等方便食品，也受到单身族的青睐。

在有 100 万单身女子的瑞典，最大的奶制品公司“阿拉斯”特别推出的净重为 125 克的小份量单身奶酪，一经面市，就好评如潮，走俏市场。

在美国，餐饮业也奇招迭出，想通过招揽更多的单身客人以赚取更多的利润。为了不让客人一人就餐感到尴尬，一些餐馆推出了公共餐桌，让单身客人能够聚在一个餐桌就餐并彼此交谈。加州的玛利亚·亚历山大还曾通过媒体呼吁：不要总把单身族赶到厨房门口进餐。对于喜欢在家用餐的单身族，退休社团和成人教育计划开设了烹饪课。“让一个人做饭好玩起来”和“烹饪 101”，就是专为单身族开办的。

随着女性经济上的独立和自由意识的增强，女性再也不乞求“嫁个好老公，住套好房子”了。美国房地产行会的统计数据表明，在美国，有 1/3 的住房被单身族买走。在湖南长沙，有记者对近 20 个楼盘售楼部的调查表明，年龄在 25~35 岁之间的女性是购房主体。这些女性学历高，收入颇丰且较为稳定。她们中的一部分人曾有过不止一次的感情经历。对她们而言，买房子单纯为了自己的需要，与婚姻无关，与男人无关。



据长沙市房屋交易所工作人员介绍，在这个所备案的合同中，以女性名义购买的房屋比上年同期平均增长 22%。

单身族的不断壮大也使“单身经济”渗透到了商品和服务的各个领域，单身消费已经成为了各路商家不得不关注的市场制高点。比如，单身一族的兴起极大地拉动了美国健身产业；旅游业也因单身族的强劲消费能力而财源广进。据美国旅游协会的统计表明，在全美，27%的旅游消费是由单身族掏腰包而实现的。

“粉红文化”吸引眼球

近些年在中国，女性时尚方面的图书、期刊、报纸越来越多，销路也越来越好。全球最大的时尚杂志《ELLE》（“ELLE”在法语中的意思是“她”。中国版的《ELLE》又名《世界时装之苑》）每月在全球的发行量高达 550 万份，拥有的女性读者已愈 2200 万人。由此看来，“粉红文化”确实前途无量，商机多多。

在美国，每年的纸张大部分给了单身族，尤其是给单身女性印刷合其口味的书籍。一些知识性、实用性突出的书籍，以温和、轻松而鼓舞的语气为单身女性出谋划策，教她们如何帮助自我，如何找到心中的白马王子。与此同时，女性文学也刮起了“粉红”风潮。禾林公司出版的图书封面上有一个特殊的红裙标志，以表示他们的图书定位是“反映都市单身女性的生活方式”。2003 年 6 月，在芝加哥举办的以“单身故事”为主题的讨论会吸引了各国女性参加。

享受父爱母爱和经济独立

女人年龄大了还单身，并不意味着这样的女性缺少亲人关怀和家庭温馨。在都市生活的不少单身女性，若父母在同城工



作，那么，当她们想独自一人享受清静或想与朋友约会、聊天享受热闹时，她们有独立生活空间，而无需与父母共在一个屋檐下。但当她们需要找一个避风的港湾、倾诉的对象、换一换饭菜的口味或与亲人温存时，她们则可以吃在父母家，住在父母家。而父母对她们则关爱体贴、照顾有加。

在日本，据读卖新闻社 2003 年 8 月的调查数据显示，在 25~49 岁的未婚女性中，有 40% 的人从父母那里接受经济上的支持，有 73% 的未婚女性的起居全由父母安排。这些女性拿着薪水，长住父母家里，饮食起居无需掏钱，自己的钱自己支配，生活又自由自在。因此，她们不急着嫁，还有的干脆不想嫁。在日本，人们称这些新女性为“寄居公主”。

在中国台湾，近些年来也逐渐形成了一个特殊的群体——单身寄生贵族。这个群体的年龄在 25~35 岁之间。这些年轻人都有一份不错的职业，收入虽然不低，但也不是特别的高。之所以被人称之为贵族，主要是因为她们经常出入高档消费场所，吃、穿、用、行都追时尚，赶时髦，花钱都是大手笔，讲究一个“爽”。这些人能够“一掷千金”的原因在于：她们平时吃、住都在父母家里，基本的生活消费无需自己承担。而她们的父母一般年龄在 50~60 岁，多数身体尚好，还在工作，经济上有一定的实力。同时，人一上了年纪，就越来越钟爱儿女，越来越眷恋亲情，总想把初为人父母时对儿女亲情的忽视，在晚年弥补回来，因此，女儿长住在家，也其乐融融。而作为“寄居公主”，长住父母家，既能省钱、又无拖累，既有自由，又拥有被父母呵护的感觉。

在美国和英国，这样的“寄居公主”队伍同样也在不断壮大。美国人将这种现象归结为年轻人的“慢熟”，而英国人则将这一群体称之为“成年孩子”。



1.2 根源：女性变了

我们生存的这个世界在变，社会在变，生活方式在变，人们对爱情、婚姻、家庭的观念也在变。而且这种变化是不以人的意志为转移的客观存在。那么，究竟是一些什么因素导致的这些变化呢？美国纽约昆斯大学政治学教授安德鲁·哈克在他撰写的《错配：男女间日益扩大的鸿沟》一书中写道，从家庭、婚姻、受教育程度、男女收入差别和职业等多方面对这个问题进行了全面的分析，他认为，这种变化的根源在于女性的变化。

经济独立，地位提高

在人类社会演变的进程中，人们的思想观念、生活方式、价值取向以及对爱情、婚姻、家庭所持有的态度，都是由这一时期的生产力水平即物质所决定的。在以猎取自然资源和游牧为主要生产方式的原始社会，女性不但主宰着人类自身的生产繁衍，还主宰着物质的生产。因此，那个被称之为母系社会的时期，其本质就是女权时期。在这一时期，女人不但统治着男人，同时也主宰着世界。我们至今还可以在非洲纳米比亚的安巴人部落看到这种原始生活的缩影。安巴人居住在纳米比亚西北部的考科兰地区，那里荆棘丛生，沙石遍地，土地荒凉贫瘠，2500名安巴人至今还过着半游牧的生活。安巴女人十分能干，她们照料牲畜，耕种土地，哺育孩子，去市场以物易物，几乎包揽了所有的工作。由于男人与女人婚姻关系的不确定，一些父亲甚至不认识自己的全部子女。安巴女人不穿上衣，喜欢展现自己的“自然美”。她们将红土拌上兽油涂在皮肤上，据说除了可以美容外，还能防止蚊虫叮咬和太阳紫外线



的伤害。她们喜欢在脖子和手腕上戴满用兽皮、贝壳、铜串和五颜六色的石子制作的项链和手镯，打扮得花枝招展吸引异性注意。安巴女人能歌善舞，每逢传统节日或宗教仪式，她们扭动腰肢，发出“呜呜”的喊叫声，男人则模仿雄狮的吼声回应，表达对女子的尊重和爱慕。由于安巴女人在经济生活中的特殊地位，所以家庭的开销都得依靠女人。因此，在安巴人中，女性是创造财富的主力，与此相适应，安巴女性也就成了生活的中心。

但当人类结束游牧时代，进入农业文明时期以后，由于生产方式的转变以及男女在天性上的差异，女性与男性在社会生活中的角色地位发生了置换。男性开始在社会生活中由幕后走到前台，充当起了社会政治、经济、军事、文化等诸方面主宰的角色。由于男女天性的差异，金戈铁马、戍守边关的重任，历史地落到了男人的头上。而在战火连绵的封建时代，军功则是人们获取政治权力的重要筹码。在经济生活和财富的创造上，传统的男耕女织则要求财富创造的领导者必须付出更多的体力。这种客观存在，致使家庭出现了“男主外，女主内”的格局。即使到了工业文明时期，制造业的主力军仍非男性莫属。因此，受社会生产力水平的制约，男性在家庭中的保护者和经济来源支撑者的地位一直没有动摇和改变。

物质决定意识。与此相适应，在漫长的社会发展进程中，男女两性在天性上是互补的、匹配的。正是这种互补使男女两性能够紧密而和谐地生活在一起。由于这种代代相传的历史印刻，男性不单在家庭生活中处于强势地位，同样，在社会生活的各个领域也处于强势地位；而作为相对一方的女性，则在家庭生活和社会生活中都处于弱势的地位，并且不得不通过婚姻、家庭来维系自身生理和心理的平衡。



大当婚，女大当嫁”并白头偕老共度终生，那是因为他们除此之外别无选择。同时，夫妻在琐碎的家庭生活中才能彼此熟悉起来。对于他们而言，浪漫的爱情、激情的冲撞、满意的性生活，则是从来没有也不敢想的事情。因此，在过往的历史中，女性在家庭生活和社会生活中，总是处于一种男性附属物的位置，也就只能“嫁鸡随鸡，嫁狗随狗”，终生认命，祈求遇到一个好男人了。

但是，当人类社会步入知识经济时代，特别是信息技术时代以后，由于生产方式的改变，经济结构的变化，创造物质财富和精神财富的能力，已不再单单取决于过往历史中不可或缺的体力因素后，取而代之的是一个人拥有的知本和资本。这种生产方式的历史性变革，使传统的家庭经济模式几近崩溃。在社会生活和家庭生活中，男人与女人的角色定位，已在年轻、知性的一代新人中悄然发生着变化。这种变化表现在：由于知本和资本在创造社会财富和参与社会财富分配中，已经显示了比体力付出更为重要的作用。一大批年轻并具有知本优势的女性跃居到了社会经济和科技、文化等领域最活跃，最前沿的地带，做出了一番比男性毫不逊色的业绩。与年轻、知性的女性们的经济和政治地位同步提升的，是这些女性不再甘心只充当从属于男性的角色，她们要求在家庭生活和社会生活中获得更多的平等和权益，要求家庭和整个社会从各个方面都把她们看成是一个完整的人。随着越来越多的女性进入到以前由男性主导的领域，她们开始以自己的智力展示个人才华，并与男性展开竞争。这些变化以及随之而来的文化转向都拉动了社会的重新调整，使男女在家庭生活和社会生活中的作用和地位发生着变化。

以台湾地区为例，2002年，女性年平均收入为38.7万元新台币（4元新台币相当于1元人民币）。虽然，目前台湾女



性的收入只有男性的 70%，但相对于 1991 年增长了 1.6 倍，当时台湾女性的收入仅为男性的 60%，由此可见，台湾女性的收入呈上升趋势。在高福利、高女性就业率、高女性参政率的瑞典，自 20 世纪 80 年代始，政府就为女性提供免费的劳动技能培训，暂时性“公共工程就业”和补助性就业，这些举措都为处于社会弱势地位的妇女充分就业提供了帮助。在瑞典，女性就业率在 80% 左右，高于欧洲其他国家和地区适龄男性的就业指数。1994 年，瑞典还采取了“2000 年议事日程”行动，目的是提高女性就业质量，使女性不再仅仅就职于收入较低的社会公共部门，而是有机会进入其他较高收入的行业领域，并且鼓励女性进入高科技领域工作。与女性经济地位提高同步的是女性在社会政治领域的地位也不断提高。国际议会联盟 2000 年的一份报告指出，在全世界的议会和政府中，瑞典妇女的参政指数最高，在政府的 20 名部长中，就有 11 名是女性，占到了 55%。

但是，作为女性相对一方的男性，对女性经济地位的变化，以及由这种变化带来的家庭生活理念的变化，在接受上还似乎思想准备不足。由此，引发了一些矛盾和碰撞发生。这种由经济独立地位提升而引发的家庭生活理念碰撞的结果是：女性精挑细选好男人——结婚年龄推迟；女性追求经济独立和生活自由——结婚率降低；夫妻理念发生碰撞，女性弱势地位改变——离婚率上升。在美国，2000 年受理的离婚案中，有近八成是由女性主动提出的。



传统择偶观念的影响和错位

在传统的择偶观念中，居于主导地位的始终是“男才女貌”、“才子佳人”。也就是说，男人选择配偶最注重的是女人的外貌形体，其次是温柔贤淑。除了那些意图通过政治联姻或



经济联姻而获取更大的政治利益和经济利益的人之外，对于女方学识的高低，家庭权势的大小，一般是很少讲究的。其中，还有不少男士对冠以“女强人”的才女和女领导望而生畏，觉得娶这样的女人作妻子总有一点高处不胜寒的感觉。女子无才便是德，正是传统社会时期男性择偶观念的佐证。

而女性选择配偶最注重的是男士的学识、才华和远大抱负。当然，如果这个男士已经仕途通达或事业成功，属于行情不断看涨的“绩优股”，那么，对于多数女性而言，都希望加强与这些被看好的具有潜质的“绩优股”接触和了解。因为在传统社会中，处于弱势的女性若想步入上流社会，在社会生活中显山露水、风光无限，走“干得好，不如嫁得好”的路线，来一个“夫荣妻贵”、“一人得道，鸡犬升天”，也是一条捷径。在封建社会，女人嫁了一个当权者，就有可能受封为贵妃、诰命夫人，即使当县衙太太之类也是蛮风光的。到了现代，做领导夫人和董事长夫人依然是风光无限。

这种因社会生产力发展水平和物质基础所派生出来的择偶观念，客观上要求男人在社会生活中要比女人更强，男人在事业上要比女人更成功，男人在经济上要比女人赚钱更多，男人在学历上（通常是将学历与学识等同起来）要比女人更高，男人在仕途上官儿要比女人当得更大。

在社会生产力水平和生产方式、经济结构都已经发生巨大变化的今天，虽然人们的思想观念也在随之变化，但这种变化正如经济基础与上层建筑的相互关系一样，总是经济基础先发生了变化，而后上层建筑才为适应这种变化而作出调整。通常情况下，这种适应性的调整，在传统主流意识的惯性作用和利益格局的影响下，需要一个过程，甚至还会出现很大的阻力，来几个反反复复。传统的爱情、婚姻、家庭理念，对当代人的影响，也不可能例外。